“对白青春”粉丝见面会

超人气选手线下活动招商方案

VISIT…

扫码免费领取资料

房中术(www.zuihaoziyuan.com)专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等.....

==========

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注PDF）

扫码加微信lax988988领取资料

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练

32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦.....

活动介绍》

活动背景

后疫情时代的饭圈狂欢 如何维护与突围

作为新冠以情防控进入常态后的第一个夏天，电影节音乐节演唱会见面会等大型活动却依旧处于停滞阶段，

对于艺人而言，抓住粉丝就拥有了价值，对于品牌放而言，抓住了消费者就抢夺了消费先机，如何均衡的

把控节奏与尺度，让艺人，品牌与粉丝在这特殊的时期都得到最大的满足，是我们发起这场活动的初衷

活动目的及意义

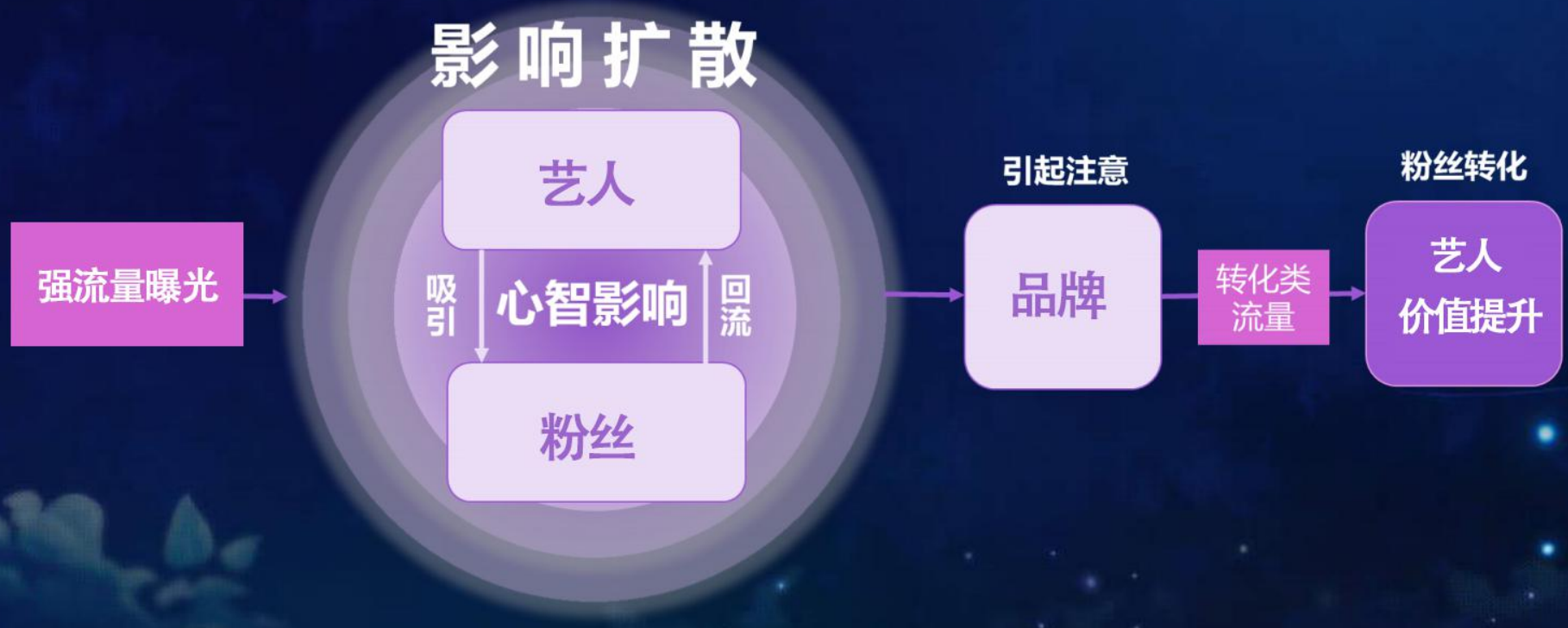
核心意义

线下粉丝强互动

线下粉丝与艺人拉近距离，增强互动，维护粉丝关系，增强粉丝粘性，提高粉丝活跃度

线上线下强曝光

积极正向的宣传艺人形象，兼具曝光和作品宣传，也可有效助力合作品牌实现转化，使得艺人商业价值提升



选秀节目全民引爆

节目整体热度复盘

爱奇艺热度值超9000，衍生内容播放量破23亿

根据FUNJI数据，《青春有你2》的全网整体热度持续高位。节目热度峰值发生在2020年3月29日，因位置测评公演舞台的出圈而得到广泛关注。

根据爱奇艺指数，《青春有你2》首播即突破了平台其他自制综艺未能打破的9000热度值关口，刷新了爱奇艺综艺热度值的历史新高，热度峰值为**9210**。根据随刻APP数据，节目相关衍生内容播放量已超过**23亿**。

*全网热度值基于主流社交媒体平台数据加权得出。

播放超23亿

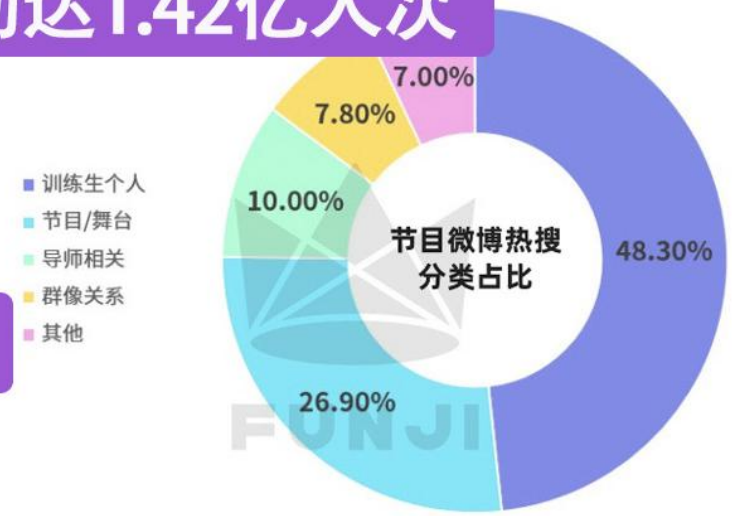
跨圈层社交媒体热议，训练生群像讨论集中

微博

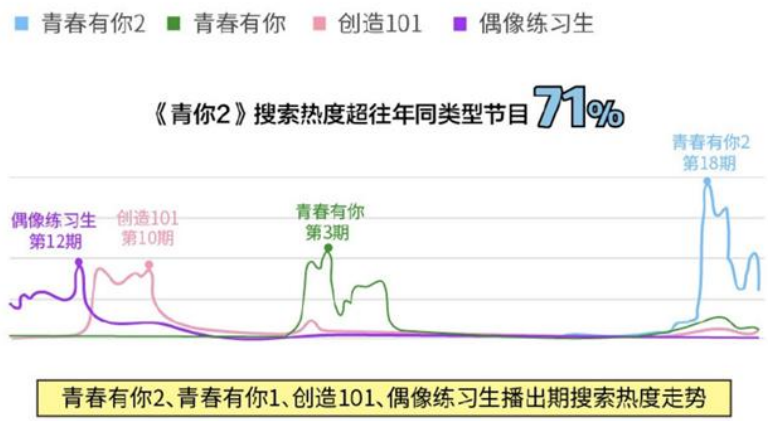
节目播出期间，共关联热搜话题**468条**，其中热搜话题最高峰值为**1737.3万**，爱奇艺青春有你官方微博总互动达**1.42亿**人次。

*关联热搜话题数不含实时上升热点话题

互动达1.42亿人次



《青你2》搜索热度创新高 偶像养成系选秀依然香



青春有你2、青春有你1、创造101、偶像练习生播出期搜索热度走势

热度超往年同类节目71%

节目数据持续走高

节目数据复盘

花式霸榜

相关话题阅读过亿

门户及社交平台

从官宣预热到成团之夜，节目在凤凰新闻、腾讯新闻、网易新闻等新闻客户端的热搜共计**383次**；同时在豆瓣、虎扑等社交平台受到广泛关注和讨论，共收到**9.1万**评价，其中豆瓣小组共产生**18.8万**相关话题，官方小组人数超过**16.4万**人。

门户平台热搜383次

歌曲舞台

训练生及相关话题

- 虞书欣胖了
- 虞书欣模仿孔雪儿
- 秦牛正威北漂
- 赵小棠情商
- 乃万劝粉丝不要吵架

歌曲舞台

- 青春有你2主题曲
- 淡黄的长裙，蓬松的头发
- Lion
- 破风
- 秦牛正威的rap

排名赛况

- 青春有你2最新排名
- 青春有你2淘汰名单
- 许佳琪第7
- A班名单
- 谢可寅rap组第一

导师新闻话题

- 蔡徐坤新歌Home
- Lisa青你2舞台
- Lisa仿妆
- Ella的高跟鞋
- Jony J职业滑铁卢

其他

- 青春有你2为什么叫婧
- 大虞海棠闺蜜头像
- 回锅肉是什么意思
- 主题曲舞蹈慢动作教学

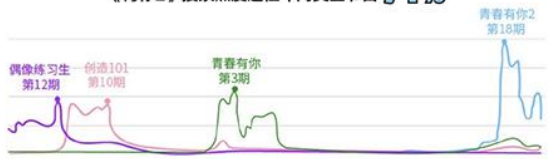
热度超同类型综艺71%

开年第一爆款综艺
《青你2》花式霸榜C位出道

《青你2》搜索热度创新高
偶像养成系选秀依然香

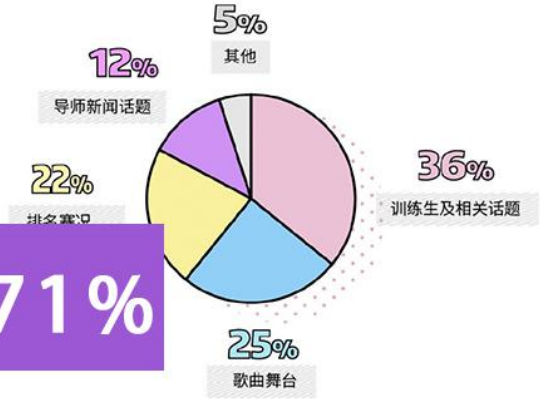
青春有你2 青春有你 创造101 偶像练习生

《青你2》搜索热度超往年同类型节目 71%



青春有你2、青春有你1、创造101、偶像练习生播出期搜索热度走势

训练生新闻话题最吸睛
网友密切关注花样赛程



节目数据复盘

粉丝能打

6、淡黄的长裙，蓬松的头发

说唱导
试说唱
Melody》舞台播出后，有关“淡黄的长裙”、“就当是一场梦”、“女团reader”的话题不断，并引发翻唱狂潮。该话题共关联19条微博热搜，累计热搜在榜长达104.75小时。抖音相关视频累计播放量超13亿。

#JonyJ教秦牛正威rap#

#令人窒息的rap现场#

#耳帝#

单条话题超13亿播放

霸榜长达104.75小时

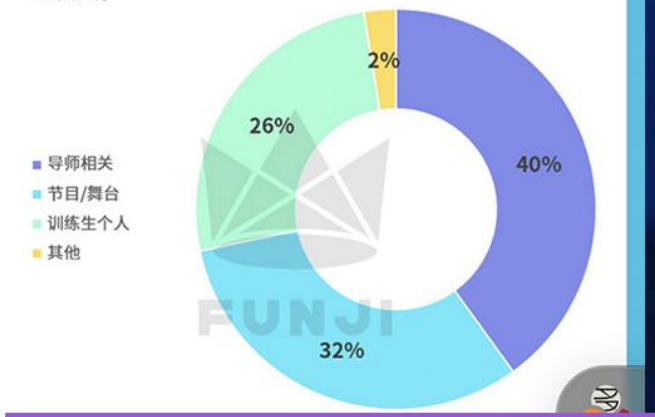
国内外掀起热潮

横扫 Twitter Trends 的《青春有你2》

节目热播期间登上15个国家/地区Twitter Trends共计427次，其中Global Trends高达32次，并有49个话题登顶TOP1，热议话题辐射至亚洲、欧洲、南美洲、北美洲四大洲。

节目相关 Twitter Trends 话题分类

节目初期，海外热议主要集中在与导师相关的话题上。随着节目进程，更多回归到节目本身及训练生身上，超过58%的Twitter Trends话题与节目、舞台和训练生个人相关。



青春制作人群像
TA们与成团梦想共同成长

女粉比男粉更爱小姐姐
南方网友为主要观众群体

女性粉丝消费能力强

一线城市女粉居多达70%

拟邀嘉宾

青春有你2人气选手

孙芮

丝芭文化
SNH48成员

林小宅

点赞传播

费沁源

丝芭文化
SNH48成员

张钰

大王娱乐

王清

大王娱乐

拟邀嘉宾

青春有你2人气选手

金子涵

乐华娱乐

徐紫茵

戴燕妮

王欣宇

王承渲

TPG文创娱乐

项目概况

招商合作：

总冠名100w
联合赞助50w
普通赞助30w

项目名称：对白青春线下见面会

活动时间：2020年9月初

人数规模：1300人左右

艺人阵容：青春有你2未成团的大热选手

活动地点/时间

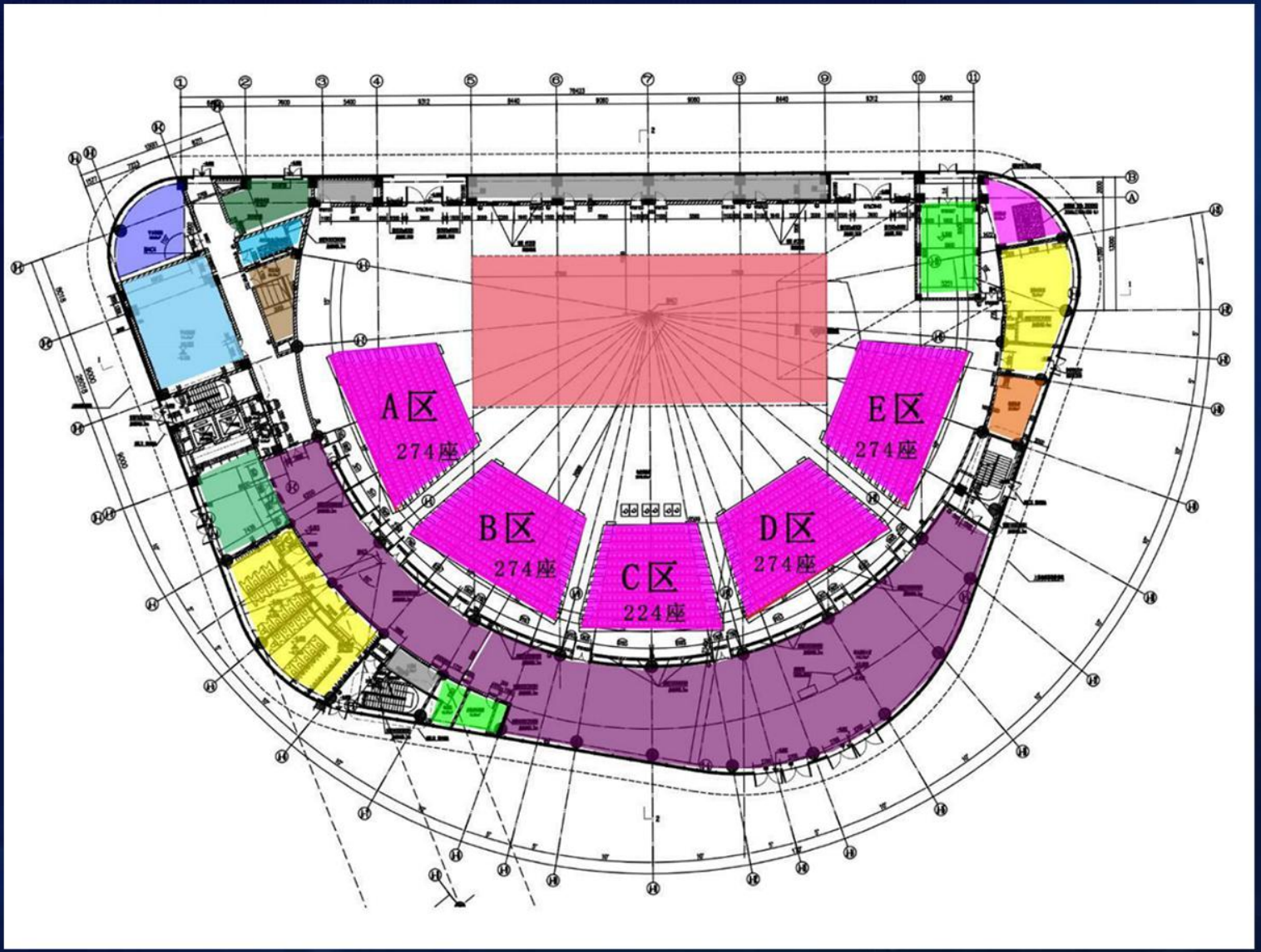
地点：苏州阳澄湖电竞馆

具体地址：江苏省苏州市相城区高铁新城水景路99号，临近高铁北站

活动时间：预计九月初

参与人数：一千两百人

场馆规格



主演播厅

固定座位 1320座

内场加座 300座

建筑面积

4603平方米

权益回报

主海报权益露出

A总冠名：1、主海报的上方露出甲方冠名LOGO

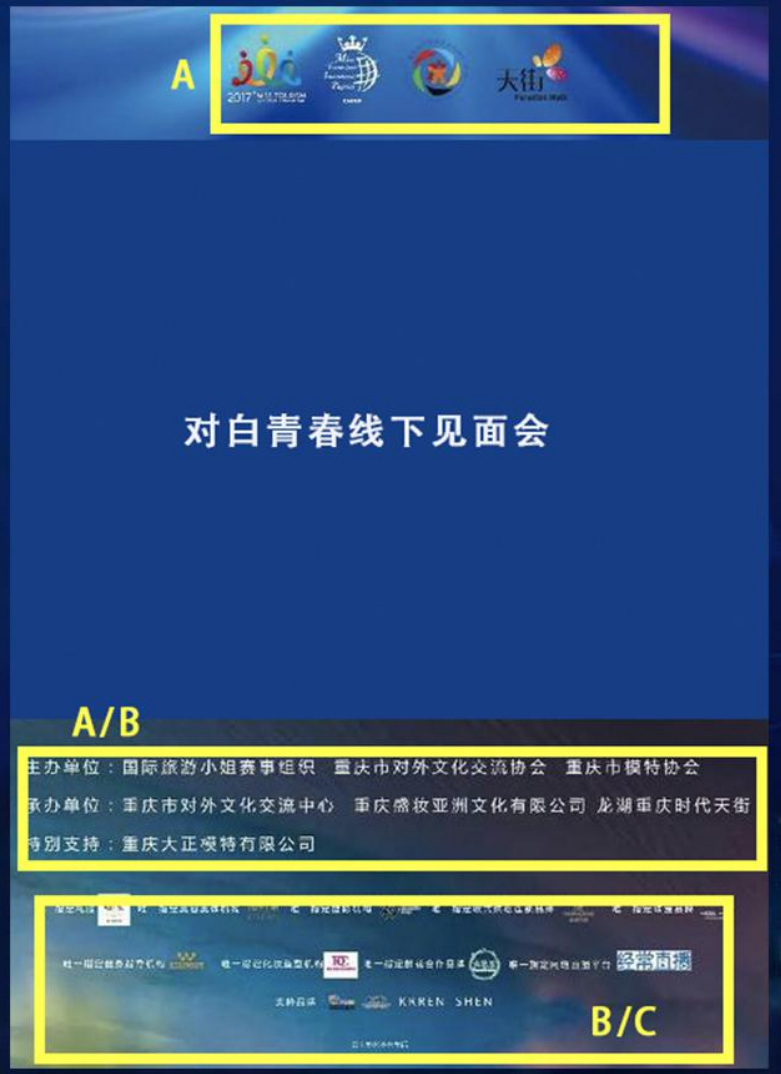
2、主海报露出甲方品牌

3、主海报落款处露出身份合作或产品名称（LOGO）

B联合赞助：1、主海报标题下方露出甲方赞助名称、身份及logo

2、主海报落款处露出身份合作或产品（LOGO）

C一般赞助：1、主海报落款处露出身份合作或产品名称（LOGO）



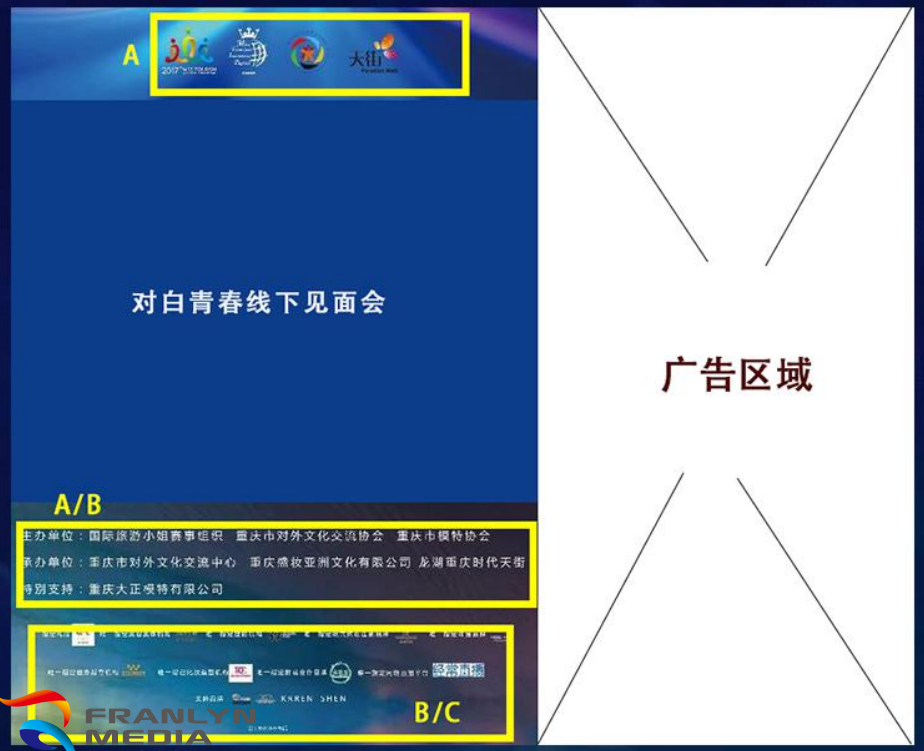
权益回报

主海报使用权益

授权甲方使用赞助的主海海报结合赞助商宣传画面进行产品宣传

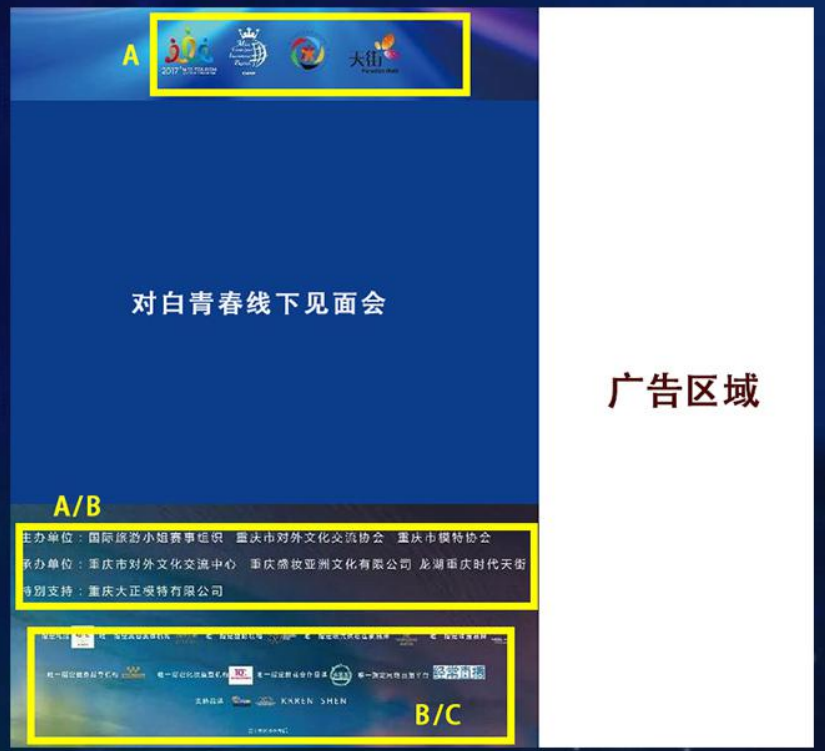
A总冠名

赞助商画面不能超过主海报的80%



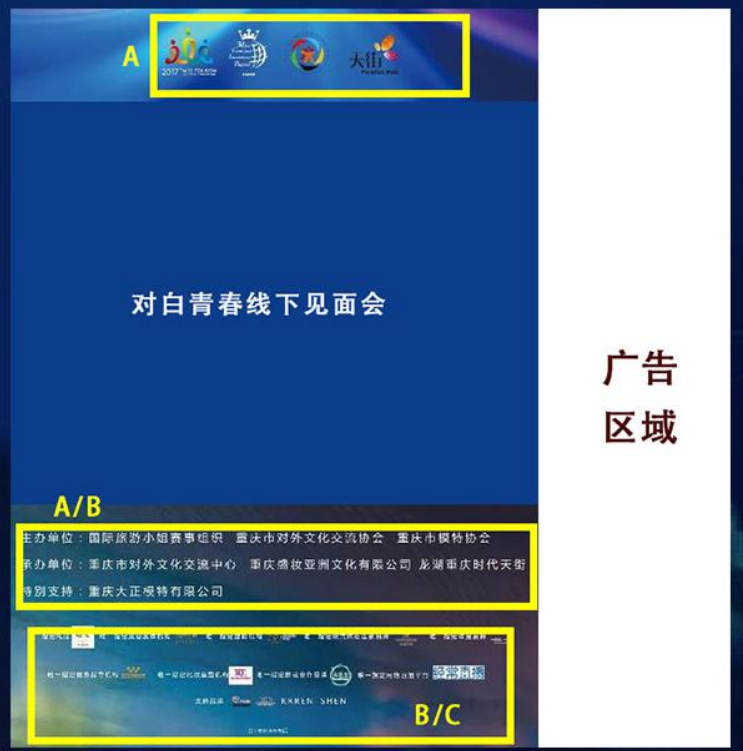
B联合赞助

赞助商画面不能超过主海报的50%



C一般赞助

赞助商画面不能超过主海报的30%



FRANLYN MEDIA 菲朗林文化传媒

权益回报

演唱会场馆内的广告露出权益

A.总冠名 在合作城市的活动场馆内可以进行平面画面包装的以不少于50%比例位置对甲方的广告画面进行露出。

B.联合赞助 在合作城市的活动场馆内可以进行平面画面包装的以不少于30%比例位置对甲方的广告画面进行露出。

C.一般赞助 在合作城市的活动场馆内可以进行平面画面包装的以不少于10%比例位置对甲方的广告画面进行露出。

权益回报

演唱会场馆外的广告露出权益

A.总冠名 在合作城市的活动场馆外经公安和场地批准使用全部广告位置的约50%比例进行广告画面包装露出。

B联合赞助 在合作城市的演唱会场馆外经公安和场地批准使用全部广告位置的约30%比例进行广告画面包装露出。

C.一般赞助 在合作城市的演唱会场馆外经公安和场地批准使用全部广告位置的约10%比例进行广告画面包装露出。

权益回报

场馆附近展位回报权益

A.总冠名 若演唱会合作城市场地和公安同意搭建临时展位，授权赞助商在场馆外搭建展位。

B.联合赞助 无此项权益。

C.一般赞助 无此项权益。

权益回报

票务回报权益

A.总冠名/B.联合赞助/C.一般赞助

每场提供赞助费票面值相应比例的门票予甲方。。

权益回报

周边产品回报权益

A.总冠名 每场艺人签名海报20张。

B.联合赞助 每场艺人签名海报10张。

C.一般赞助 每场艺人签名海报5张。

权益回报

场馆附近展位回报权益

A.总冠名 若演唱会合作城市场地和公安同意搭建临时展位，授权赞助商在场馆外搭建展位。

B.联合赞助 无此项权益。

C.一般赞助 无此项权益。

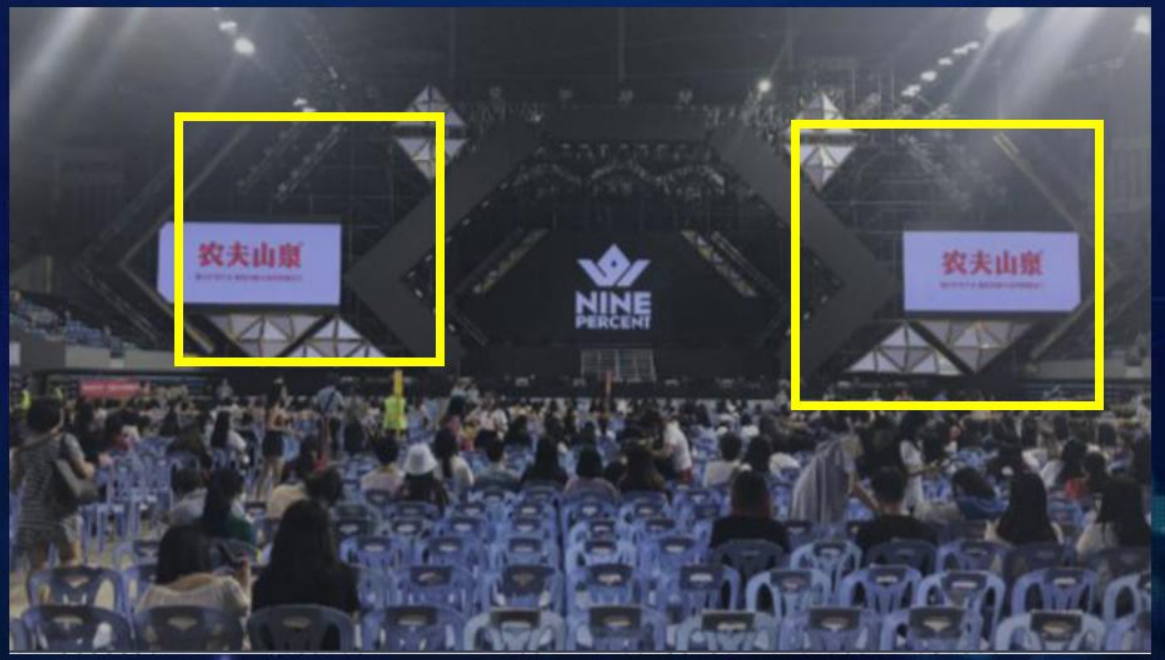
权益回报

TVC/VCR播放权益

A.总冠名 正式演出前（观众入场期间），舞台两侧PGM屏循环播放宣传片，此期间不少于50%比例的时长。

B.联合赞助 正式演出前（观众入场期间），舞台两侧PGM屏循环播放宣传片，此期间不少于30%比例的时长。

C.一般赞助 正式演出前（观众入场期间），舞台两侧PGM屏循环播放宣传片，此期间不少于10%比例的时长。



（拟）户外媒体宣传

公交车身广告

FRANLYN MEDIA
菲朗林文化传媒

权益回报

线下宣传露出权益

A.总冠名/B.联合赞助/C.一般赞助

票务方官微、公众号、发布合作场次的消息会注明赞助商的赞助身份。在新媒体等发布平台露出LOGO，

例如微博/微信公众号等自媒体渠道。覆盖城市公交、地铁等多条线路以及城市主要楼宇广告，定向投放广告

权益回报

线下宣传露出权益

公交站牌

A.总冠名/B.联合赞助/C.一般赞助

票务方官微、公众号、发布合作场次的消息会注明赞助商的赞助身份。在新媒体等发布平台露出LOGO，例如微博/微信公众号等自媒体渠道。覆盖城市公交、地铁等多条线路以及城市主要楼宇广告，定向投放广告

权益回报

线下宣传露出权益

地铁广告露出

A.总冠名/B.联合赞助/C.一般赞助

票务方官微、公众号、发布合作场次的消息会注明赞助商的赞助身份。在新媒体等发布平台露出LOGO，

例如微博/微信公众号等自媒体渠道。覆盖城市公交、地铁等多条线路以及城市主要楼宇广告，定向投放广告

FRANLYN MEDIA
菲朗林文化传媒

官方媒体曝光

官媒资源多方平铺

序号	合作媒体
1	上海日报
2	解放日报
3	青年报
4	生活周刊
5	胡润百富
6	人民网
7	搜狐
8	网易
9	东方网
10	潮流志yoho
11	新浪娱乐
12	上海热线
13	周末画报
14	爱奇艺娱乐
15	腾讯视频

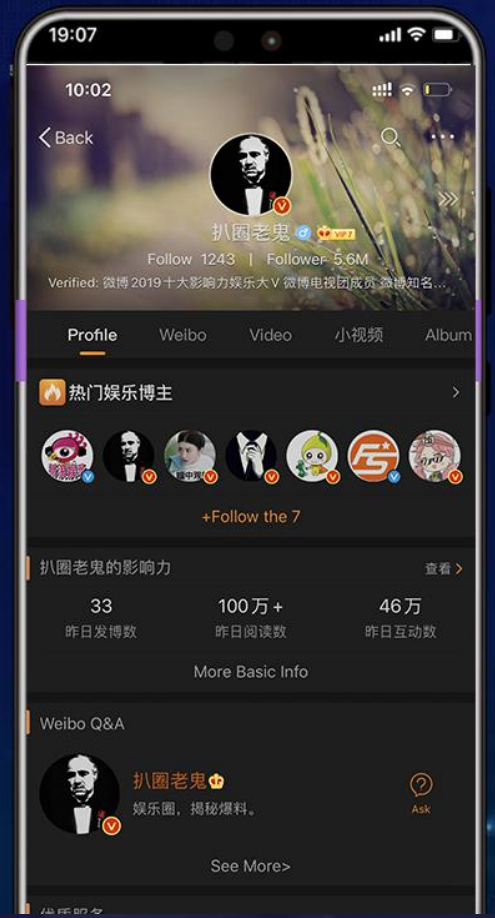
今日头条
中国新闻网
富甲天下
东方电影频道
梨视频
新闻晨报
东方网
中国娱乐网
中国日报网
新华社视频
火传媒
上海消费导刊
新华网
星尚

…… 100+主流媒体推广渠道

线上自媒体曝光

微博热搜/微博垂类娱乐号推广

超百万粉丝垂类娱乐号矩阵 曝光1000w+



微博热搜榜前排

线上自媒体曝光

自媒体/KOL/全平台推广

多家媒体平台投放，百万粉丝矩阵，覆盖流量超千万，曝光次数过亿

APP开屏广告权益露出

想见你app

微博app

A独家赞助：app 开屏广告logo露出30%

注明主体

B联合赞助：app 开屏广告logo露出20%

B联合赞助：app 开屏广告logo露出10%

线上直播案例

造流 - 直播 – 合作案例

直播+明星

增加艺人曝光

扩大品牌影响力

品牌好感度up

直播人气↑

A独家冠名：在直播时品牌100%露出

B联合冠名：在直播时品牌50%露出

C一般冠名：在直播时品牌30%露出

独家赞助（一席）

权益大礼包100w

1 主海报露出权益 在主海报的上方露出甲方冠名名称，落款处露出甲方品牌或产品名称（LOGO），具体位置和效果需双方一致同意。

2 主海报使用权益 授权甲方使用赞助的主海海报结合赞助商宣传画面进行产品宣传；但不可更改主海报画面，结合的画面只能在主海报下方或侧方，赞助商画面的面积不能超过主海报的80%，该结合画面效果的审核权在海报权益方，赞助商在上画前必须获得海报权益方的书面同意或授权。

3 票套露出权益 在活动门票票套其中1P是甲方广告画面，该广告画面需经过票套权益方的同意。

4 场馆内广告露出权益 在场馆内可以进行平面画面包装的以不不少于50%比例为之对甲方的广告画面进行露出，在公安同意的情况下可以摆放品牌产品（如有提供的话）

5 场馆外广告露出权益 授权品牌方在馆外经公安和场地批准使用的全部广告位置的约50%比例进行广告画面包装露出，该广告画面由主办方进行代报批相关部门，但赞助商应配合报批工作。

独家赞助(一席)

权益大礼包100w

6 场馆附近展位权益 如果场馆外场地和公安同意搭建临时展位，授权赞助商在演唱会场馆外搭建展位，该展位形式、画面由演出方进行代报批相关部门，但赞助商应配合报批工作并根据主办方反馈的意见进行调整,可授权品牌方打造定制场馆快闪店合作。

7 TVC/VCR权益 正式演出前（观众入入场期间），GM屏循环播放赞助商的产品宣传视频，该播出画面由主办方进行代报批相关部门，但赞助商应配合报批工作并根据演出方反馈的意见进行调整。

8 互动环节露出 在艺人与粉丝互动环节对品牌进行露出，或者充当道具进行露出

9 主持人口播 主持人在串场时进行口播宣传

独家赞助(一席)

权益大礼包 100w

10 票务回报权益 可提供赞助费票面值相应比例的门票予甲方。

11 粉丝礼包 在明确产品属性的前提下 在粉丝礼包中给予产品软植入的方式，在粉丝中进行社交传播露出。

12 APP开屏广告露出 在开屏广告的上方露出甲方冠名名称，落款处露出甲方品牌或产品名称（LOGO），具体位置和效果需双方一致同意。

13 直播平台露出 B站独家直播，活动现场全程直播，在直播平台上进行品牌方的露出

14新媒体和线下宣传露出权益 票务方官微、公众号、发布合作场次的消息会注明赞助商的赞助身份。在新媒体等发布平台露出LOGO，例如微博/微信公众号等自媒体渠道。覆盖城市公交、地铁等多条线路以及城市主要楼宇广告，定向投放广告

联合赞助(多席)

权益大礼包 50w

1 主海报露出权益 在主海报的上方露出甲方冠名名称，落款处露出甲方品牌或产品名称（LOGO），具体位置和效果需双方一致同意。

2 主海报使用权益 授权甲方使用赞助的主海海报结合赞助商宣传画面进行产品宣传；但不可更改主海报画面，结合的画面只能在主海报下方或侧方，赞助商画面的面积不能超过主海报的50%，该结合画面效果的审核权在海报权益方，赞助商在上画前必须获得海报权益方的书面同意或授权。

3 TVC/VCR权益 正式演出前（观众入入场期间），舞台两侧PGM屏屏循环播放赞助商的产品宣传视频，该播出画面由主办方进行代报批相关部门，但赞助商应配合报批工作并根据演出方反馈的意见进行调整。

4 场馆内广告露出权益 在场馆内可以进行平面画面包装的以不不少于30%比例为之对甲方的广告画面进行露出，在公安同意的情况下可以摆放品牌产品（如有提供的话）

5 场馆外广告露出权益 授权品牌方在馆外经公安和场地批准使用的全部广告位置的约50%比例进行广告画面包装露出，该广告画面由主办方进行代报批相关部门，但赞助商应配合报批工作。

联合赞助(多席)

权益大礼包50w

6 场馆附近展位权益 如果场馆外场地和公安同意搭建临时展位，授权赞助商在演唱会场馆外搭建展位，该展位形式、

7 互动环节露出 在艺人与粉丝互动环节对品牌进行露出，或者充当道具进行露出,时长不超过30%

8 粉丝礼包 在明确产品属性的前提下 在粉丝礼包中给予产品软植入的方式，在粉丝中进行社交传播露出。

9 票务回报权益 可提供赞助费票面值相应比例的门票予甲方。

10新媒体和线下宣传露出权益 票务方官微、公众号、发布合作场次的消息会注明赞助商的赞助身份。在新媒体等发布平台露出LOGO，例如微博/微信公众号等自媒体渠道。覆盖城市公交、地铁等多条线路以及城市主要楼宇广告，定向投放广告

一般赞助(多席)

权益大礼包30w

1 主海报露出权益 在主海报的上方露出甲方冠名名称，落款处露出甲方品牌或产品名称（LOGO），具体位置和效果需双方一致同意。

2 主海报使用权益 授权甲方使用赞助的主海海报结合赞助商宣传画面进行产品宣传；但不可更改主海报画面，结合的画面只能在主海报下方或侧方，赞助商画面的面积不能超过主海报的30%，该结合画面效果的审核权在海报权益方，赞助商在上画前必须获得海报权益方的书面同意或授权。

3 场馆附近展位权益 如果场馆外场地和公安同意搭建临时展位，授权赞助商在演唱会场馆外搭建展位，该展位形式、

4 场馆内广告露出权益 在场馆内可以进行平面画面包装的以不不少于10%比例为之对甲方的广告画面进行露出，在公安同意的情况下可以摆放品牌产品（如有提供的话）

5 场馆外广告露出权益 授权品牌方在馆外经公安和场地批准使用的全部广告位置的约10%比例进行广告画面包装露出，该广告画面由主办方进行代报批相关部门，但赞助商应配合报批工作。

一般赞助(多席)

权益大礼包 30w

6 互动环节露出 在艺人与粉丝互动环节对品牌进行露出，或者充当道具进行露出,时长不超过10%

7 粉丝礼包 在明确产品属性的前提下 在粉丝礼包中给予产品软植入的方式，在粉丝中进行社交传播露出。

8 票务回报权益 可提供赞助费票面值相应比例的门票予甲方。

9 新媒体和线下宣传露出权益 票务方官微、公众号、发布合作场次的消息会注明赞助商的赞助身份。在新媒体等发布平台露出LOGO，例如微博/微信公众号等自媒体渠道。覆盖城市公交、地铁等多条线路以及城市主要楼宇广告，定向投放广告

“对自青春”粉丝见面会

超人气选手线下活动招商方案

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽暈染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	兵乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习：	英语				
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学			

暗号：666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518

撩汉liaohan.net

最好资源zuihaoziyuan.com

如果群里报告过期

请加微信联系我索取最新

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告;

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报

3、如果看到群里报告过期了，请扫码联系

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。